

PENGARUH CORPORATE CHARITABLE CONTRIBUTIONS TERHADAP MANAJEMEN LABA



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

NOFRIZAL DAMAI PRATAMA
NIM. 12030111130150

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2015

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Nofrizal Damai Pratama

Nomor Induk Mahasiswa : 12030111130150

Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH CORPORATE CHARITABLE
CONTRIBUTIONS TERHADAP
MANAJEMEN LABA**

Dosen Pembimbing : Faisal, S.E., M.Si., Akt., Ph.D.

Semarang, 19 Juni 2015

Dosen Pembimbing,

(Faisal, S.E., M.Si., Akt., Ph.D.)

NIP. 197109042001121001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Nofrizal Damai Pratama

Nomor Induk Mahasiswa : 12030111130150

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH CORPORATE**

CHARITABLE CONTRIBUTIONS

TERHADAP MANAJEMEN LABA

Dinyatakan Lulus pada Tanggal : 30 Juni 2015

Tim Penguji

1. Faisal, S.E., M.Si., Akt., Ph.D. (.....)

2. Aditya Septiani, S.E., M.Si., Akt. (.....)

3. Wahyu Meiranto, S.E., M.Si., Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Nofrizal Damai Pratama, menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**PENGARUH CORPORATE CHARITABLE CONTRIBUTIONS TERHADAP MANAJEMEN LABA**”, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 19 Juni 2015

Yang membuat pernyataan,

(Nofrizal Damai Pratama)

NIM. 12030111130150

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *corporate charitable contributions* terhadap manajemen laba dengan *return on asset*, *leverage*, dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol.

Objek dari penelitian ini adalah semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Hipotesis penelitian dianalisis menggunakan metode analisis regresi sederhana.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan *corporate charitable contributions* tidak signifikan terhadap manajemen laba. Sedangkan variabel-kontrol yang dimasukkan dalam penelitian ini seperti *return on asset* (ROA), *leverage*, dan ukuran perusahaan, hanya *return on asset* (ROA) yang signifikan terhadap manajemen laba.

Kata Kunci : Manajemen Laba, *Corporate Charitable Contributions*, *Return on Asset*, *Leverage*, Ukuran Perusahaan

ABSTRACT

This study aims to provide empirical evidence about relationship between corporate charitable contributions towards earnings management with return on asset, leverage, and the size of company as control variables.

The sample of this study are random companies listed on the Indonesia stock exchange in 2014. The method is purposive sampling that based on criterion which has been determined before. Hypothesis in this study is tested by simple regression analysis method.

The results of this study indicates that corporate charitable contributions is not significant on earning management. While control variables that are included in this study such as return on assets (ROA), leverage, and the size of the company, only the return on asset (ROA) which having significantly effect to earnings management.

Key words: Earnings management, Corporate Charitable Contributions, Return on Asset (ROA), Leverage, Company Size

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Fa inna ma'al 'usri yusran. Inna ma'al 'usri yusran. (Al- Insyirah: 5-6)

*“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.
Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”*

Kupersembahkan Skripsi ini kepada:

- *Bapak dan Ibu beserta keluarga
yang selalu memberi doa, semangat,
dukungan, dan kasih sayang yang
tiada henti*
- *Adik-adikku tersayang, terimakasih
untuk canda dan tawa yang selalu
kalian hadirkan*
- *Sahabat serta teman-teman,
tempatku membagi suka ataupun
duka*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa yang senantiasa melimpahkan hidayah dan rahmat-Nya sehingga penelitian dan penulisan skripsi dengan judul **PENGARUH CORPORATE CHARITABLE CONTRIBUTIONS TERHADAP MANAJEMEN LABA** dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Program Sarjana (S1) Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Dalam menyusun skripsi ini penulis menyadari terdapat banyak hambatan-hambatan yang ada, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih terhadap semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, karena dengan petunjuk dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak dan Ibu tercinta, (Edy Wibowo dan Masrifah Indriati), adikku tercinta (Cinta Faradina Sari dan Andin Rizkyta Maulida), dan Keluarga Besar Sugijono dan Masrohim atas do'a, dukungan, nasihat, dan kasih sayang yang tiada henti. Terimakasih atas segala sesuatu yang telah diberikan.

3. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
4. Prof. Drs. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro periode 2010-2014.
5. Faisal, S.E., M.Si., Akt., Ph.D. selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas bimbingan, nasehat, arahan dan koreksi yang diberikan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Prof.H. Imam Ghozali M.Com., Akt., Ph.D. Selaku dosen wali. Terima kasih atas bimbingan dan waktu yang telah diberikan selama perwaliannya.
7. Prof. Dr. Muchamad Syarifuddin, M.Si., Akt., selaku Ketua Jurusan S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro atas dedikasinya untuk kemajuan fakultas tercinta.
8. Herry Laksito, S.E., M.Adv. Acc., Akt. Terima kasih atas pengalaman kerja yang telah diberikan.
9. Bapak/Ibu Dosen pengajar di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama menempuh pendidikan perkuliahan.
10. Ibu Sunarti beserta keluarga, yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama penulis tinggal di Semarang.
11. Arfianty Reka Cahyaningtyas, atas dukungan, bantuan dan waktu yang telah diberikan.

12. Teman-Teman PKDP: Andika Nugroho Sulistianto, Prapanca Robiyan Pambudi, Rafika Ewid Bahar, Maya Retha Masitta, Chandra Ayu Astuti, dan Rhety Ayu Dewayani, dan yang selalu hadir saat suka ataupun duka. Semoga Persahabatan kita tidak berakhir sampai disini.
13. Teman-teman kos Banjarsari 51: Taufik Anggoro, Kukuh Prakoso, M. Faishal, Amriza Luthfan, Fajar Riansyah, Raffi Hakim, M. Yusuf Farhan, M. Fuad, Daniel Reven, Agung Didi, dan Wira, yang selalu memberikan tawa. Terimakasih atas candaan konyol yang selalu kita lakukan. Semoga kesetiakawanan kita selalu terjaga.
14. Teman-Teman Grup Konco: Kosyi Hadi Prayogo, Dwi Shinta Mahesarani, Fani Ramadanti, Mega Tiara Cecaria, Sheila Putri Suhud, M. Akram Naufal, Melvin Mikha Reminov, Firda Ahdianti, Rheza Dwi Respati, dan Satria Nugroho terimakasih atas waktu yang kita habiskan bersama.
15. Teman-teman Grup *Brainless*: Ghalih Viratama, Aditya Dharmawan, Milzam Haidi Rofa, Ardian Bayu Gustiko, Bram Asido Gultom, Randy Harris, Triadhy Wicaksono, Yosua Martin Sutikno, makasih atas support dan kekompakan di banyak hal, baik hal baik maupun hal bodoh sekalipun.
16. Teman-Teman Dayus: Lisa Melyana, Adila Ashari, Kharisma Gati, Willy Rahadyan, Rista Anggraini, Ega Dastentya, Destriana Utami, Vanessa Praditasari, dan Pratiwi Nurul Aini. Terima kasih atas waktu, dorongan, motivasi, saran, canda dan tawanya.

17. Teman-teman Bimbingan Pak Faisal: Alif Rishal Prasetya, Hasna Azizah, Aris Wahyu Hajianto, Vena Gustian, Hanif Rahmansyah, Rizki Bayu Aji Baskoro, M. Bahrul Ulum, Ondy Yanuarli, Wahyu Septya, Amalina Winda, dan Melani Oktarina. Semoga selanjutnya kita dapat menyatukan visi dan kerjasama untuk membangun Indonesia yang lebih baik dimasa depan.
18. Teman-Teman Akuntansi 2011. Terima Kasih atas kegembiraan dan kebersamaannya yang telah diberikan.
19. Bapak Wardoyo beserta keluarga dan teman-teman KKN Desa Jambon, Kecamatan Gemawang, Temanggung: Syarifudin, Fatnan Fathorikh, Riecho Kent, Ligya Amanda Yahya, Ela Indriani, Inneke Putri, Risa Ayu, Novia Rochmawati, Kartika Ayu, Annisa Zetta dan Katarina Chandra yang telah sukses melewati 35 hari bersama. Terimakasih untuk setiap pengalaman, dukungan dan motivasi yang kalian berikan.
20. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini, yang tidak mungkin penulis sebut satu per satu.

Skripsi ini adalah hasil terbaik yang telah diberikan oleh penulis. Jika masih terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, guna perbaikan di masa mendatang. Semoga penelitian ini dapat berguna bagi dunia akademik.

Semarang, 19 Juni 2015

Penulis,

(Nofrizal Damai Pratama)

NIM. 12030111130150

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	8
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	9
1.4 MANFAAT PENELITIAN	10
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 LANDASAN TEORI	12
2.1.1 Teori Keagenan (Agency Theory)	12
2.1.2 Konsep Corporate Social Responsibility	14
2.1.3 Corporate Charitable Contributions	19
2.1.4 Manajemen Laba.....	22
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	32

2.3 RERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS	36
2.4 PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	37
2.4.1 Pengaruh Corporate Charitable Contributions terhadap Manajemen Laba	37
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 VARIABEL PENELITIAN DAN DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	40
3.1.1 Variabel Penelitian.....	40
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	41
3.2 POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN	48
3.2.1 Populasi Penelitian.....	48
3.2.2 Sampel Penelitian	48
3.3 JENIS DAN SUMBER DATA.....	50
3.4 METODE PENGUMPULAN DATA.....	50
3.5 METODE ANALISIS DATA.....	51
3.5.1 Statistik Deskriptif	51
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.5.3 Uji Hipotesis	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	55
4.2 ANALISIS DATA	57
4.2.1 Statistik Deskriptif	57
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	59
4.2.3 Uji Hipotesis	65
4.2.4 Variabel <i>corporate charitable contributions</i> dan manajemen laba	68
4.3 INTERPRETASI HASIL.....	68

4.3.1 Pengaruh <i>Corporate charitable contributions</i> terhadap manajemen laba	68
BAB V PENUTUP	72
5.1 KESIMPULAN.....	72
5.2 KETERBATASAN	73
5.3 SARAN	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN A DAFTAR PERUSAHAAN	78
LAMPIRAN B OUTPUT SPSS	83

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 4.1 Sampel Penelitian.....	56
Tabel 4.2 Hasil Statistik Deskriptif.....	58
Tabel 4.3 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	62
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolonieritas	63
Tabel 4.5 Hasil Uji Glejser	65
Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi	66
Tabel 4.7 Hasil Uji Parameter Individual	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran	37
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	60
Gambar 4.2 Grafik <i>Normal Probability Plot</i>	61
Gambar 4.3 <i>Scatterplot</i>	64

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini akan menguraikan mengenai alasan yang menjadi latar belakang dilakukannya penelitian mengenai pengaruh *corporate charitable contributions* terhadap manajemen laba. Latar belakang ini akan dijadikan landasan rumusan penelitian yang menjadi fokus penelitian. Selanjutnya dibahas mengenai tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan yang akan diuraikan pada bab ini.

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Earnings management atau manajemen laba adalah salah satu isu yang sering diperbincangkan di dalam penelitian-penelitian akuntansi saat ini (Luippold *et. al.* 2014), dan sering diperdebatkan dalam akuntansi dan keuangan (Santos dalam Cupertino, Martinez, dan da Costa Jr, 2015). Menurut Healy dan Wahlen (dalam Hamid, Hashim, dan Salleh, 2012), manajemen laba merupakan sebuah tindakan manajemen yang menerapkan penilaian pribadi dalam penyampaian informasi keuangan dan transaksi keuangan perusahaan guna memodifikasi laporan keuangan perusahaan dengan tujuan untuk memberikan informasi yang sesat kepada *stakeholder* tentang informasi keuangan atau mempengaruhi kontrak bisnis yang berkaitan dengan laporan keuangan. Laba merupakan salah satu indikator utama yang digunakan untuk mengukur kinerja dan juga sekaligus merupakan pertanggungjawaban manajemen (Lande, Subekti, dan Mardiaty, 2014). Ketika perusahaan tidak mampu untuk mencapai laba yang diharapkan,

maka dapat memicu manajer untuk melakukan praktik yang tidak sehat dalam perusahaan seperti melakukan manajemen laba (Lande, Subekti, dan Mardiaty, 2014). Praktik yang tidak sehat seperti memainkan angka laba akan mengakibatkan ketidakakuratan pelaporan keuangan dan kesalahan pengambilan keputusan, karena laporan keuangan menjadi pedoman bagi *stakeholder* dalam mengambil keputusan. Hal ini telah diperkuat oleh pernyataan dari IASB dan FASB pada tahun 2010 yang menyatakan dalam revisi kerangka konseptual bahwa tujuan tunggal dari pelaporan keuangan adalah menyediakan informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan oleh pemilik modal (Erb dan Pelger, 2015). Pertumbuhan ekonomi yang cepat dan persaingan usaha yang ketat memberikan sebuah tekanan kepada manajer untuk melakukan manajemen laba dengan tujuan untuk menjaga perusahaan tetap kompetitif (Habbash dan Alghamdi, 2015).

Beberapa penelitian mengenai manajemen laba di Indonesia saat ini berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan perusahaan, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Utama (2013); dan Isyanto dan Ratnaningsih (2014) yang menunjukkan bahwa manajemen laba berhubungan dengan aktivitas *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan. Lalu terdapat keterkaitan antara manajemen laba dengan *Initial Public Offering* (IPO) yang dilakukan suatu perusahaan dan dampaknya terhadap nilai perusahaan dan juga kinerja keuangan pasca IPO (Kusumawardhani dan Siregar, 2009). Selain manajemen laba yang umum dilakukan untuk memengaruhi aktivitas akrual perusahaan pada perusahaan-perusahaan di dunia maupun di Indonesia, ternyata

praktik manajemen laba di Indonesia juga telah menyasar pada aktivitas riil perusahaan sehingga mempengaruhi laba di laporan keuangan seperti yang terjadi pada PT. Kimia Farma dan PT. Indofarma (Lande, Subekti, dan Mardiaty, 2014). Jadi, manajemen laba berkaitan dengan dengan permainan angka dalam laporan keuangan dan tarik ulur kepentingan stakeholder dan manajemen.

Contoh kasus manajemen laba di Indonesia terjadi pada PT. Kimia Farma pada tahun 2001. Pada kasus tersebut, ditemukan adanya kesalahan pencatatan dan kesalahan penilaian pada laporan keuangan tahun 2001 yang mengakibatkan penyajian laba bersih pada tahun tersebut menjadi terlalu besar yaitu mencapai hingga Rp.32.700.000.000 (Lande, Subekti, dan Mardiaty, 2014). Kasus manajemen laba juga pernah terjadi pada PT. Indofarma, ditemukan adanya bukti oleh BAPEPAM pada tahun 2004 berupa penilaian yang terlalu tinggi terhadap nilai barang dalam proses sehingga mengakibatkan laba bersih yang disajikan pula menjadi tinggi (Lande, Subekti, dan Mardiaty, 2014). Adanya kasus-kasus manajemen laba ini dapat memperlihatkan bahwa ternyata manajemen laba dapat dilakukan pada sisi akrual, melainkan juga dapat terjadi pada sisi riil, yaitu melalui persediaan dan penilaian penjualan.

Industri merupakan sektor penting yang menunjang perekonomian sebuah negara. Namun dalam prakteknya, industri kurang memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dimana industri tersebut didirikan. Hal ini mendorong perusahaan tentang pentingnya melaksanakan tanggung jawab perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) terhadap sosial dan lingkungan (Isyanto dan Ratnaningsih, 2014). Menurut UK Government (dalam Lanis dan Richardson,

2012), *corporate social responsibility* dapat didefinisikan sebagai cara sebuah perusahaan manage hubungan sosial dan lingkungannya dengan memaksimalkan manfaat dan meminimalkan resiko. Sedangkan menurut Sankat (dalam Isyanto dan Ratnaningsih, 2014) *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chih, Shen, dan Kang (dalam Gargouri, Francoeur, dan Shabou, 2010) memberi bukti bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki hubungan dengan manajemen laba. Menurut Prior, Surroca, dan Tribo (dalam Gargouri, Francoeur, dan Shabou, 2010), dalam rangka mengimbangi perilaku organisasi dan rasio keuangan yang buruk, perusahaan meningkatkan kinerja *corporate social responsibility* perusahaan.

Kritikan dan tekanan dari masyarakat mengenai kontribusi perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya mendorong perusahaan untuk melakukan *corporate social responsibility*. Beberapa kegiatan operasional perusahaan justru mengakibatkan kerusakan lingkungan seperti yang terjadi di Sidoarjo dimana terjadi kasus semburan lumpur dan gas akibat kegiatan eksplorasi gas yang dilakukan oleh PT. Lapindo Brantas. Dampak kerusakannya sangat serius karena akibat dari semburan lumpur dan gas ini membuat rumah-rumah penduduk disekitar lokasi kejadian tidak dapat dihuni kembali. Oleh karena itu, perusahaan tidak dapat menyangkal bahwa aktivitas perusahaan akan memberi dampak bagi lingkungan dan masyarakat di sekitarnya. Oleh karena itu, praktik *corporate*

social responsibility akan memberi jaminan bahwa perusahaan telah melaksanakan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat di sekitarnya.

Di Indonesia sendiri, praktik *corporate social responsibility* telah diatur Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2007 Pasal 74 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Undang-undang tersebut menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Peraturan lain yang mengatur mengenai kewajiban pelaksanaan dan pengungkapan CSR adalah Undang-Undang Penanaman Modal Nomor 25 tahun 2007 Pasal 15 bagian (b), pasal 17, dan pasal 34. Undang-undang tersebut menyatakan bahwa setiap penanaman modal diwajibkan untuk ikut serta dalam tanggung jawab sosial.

Adanya undang-undang yang mewajibkan perusahaan-perusahaan di Indonesia untuk melakukan *corporate social responsibility*, berbagai kegiatan *corporate social responsibility* dilakukan perusahaan di Indonesia tiap tahunnya. Sebagai contoh *corporate social responsibility* perusahaan di Indonesia adalah PT. Djarum. PT. Djarum, yang merupakan perusahaan rokok terkemuka di Indonesia yang produknya juga laris di pasar mancanegara, turut serta dalam praktik *corporate social responsibility* di Indonesia. *Corporate social responsibility* yang dilakukan oleh PT. Djarum berada di bawah payung Djarum Foundation, sebuah gagasan yang dibuat oleh pemilik PT. Djarum, Michael Budi Hartono dan Robert Budi Hartono untuk memajukan sumber daya manusia dan

lingkungan Indonesia. Djarum Foundation berpegang pada filosofi “Lahir Dari Dalam dan Berkembang Bersama Lingkungan.” Kegiatan-kegiatan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh Djarum Foundation berfokus pada bidang sosial, olahraga, lingkungan, pendidikan dan budaya. Dengan contoh perusahaan di Indonesia yang melakukan kegiatan *corporate social responsibility* dan masih banyak lagi perusahaan yang melakukan hal serupa tentunya sangat menarik untuk menyelidiki apa maksud dari perusahaan mengeluarkan dana untuk kegiatan-kegiatan tersebut.

Carroll (dalam Saraswati dan Faisal, 2014) mengklasifikasikan tanggung jawab sosial kedalam empat kategori yaitu *economic*, *legal*, *ethical*, dan *discretionary responsibility*. *Discretionary responsibility* merupakan tindakan sosial yang ingin dilakukan industri, salah satunya adalah *corporate philanthropy*. Perusahaan melakukan *corporate charitable contributions* untuk memproyeksikan kinerja sosial yang positif untuk memperbaiki kinerja sosial negatif di tempat lain (Chen, dalam Saraswati dan Faisal, 2014). Menurut Chen (dalam Saraswati dan Faisal, 2014), karakteristik perusahaan yang menghasilkan dampak sosial tinggi juga akan menuntut pemenuhan tanggung jawab sosial yang tinggi.

Menurut Chen (dalam Saraswati dan Faisal, 2014), Jika perusahaan menghadapi masalah kinerja sosial, maka perusahaan cenderung membuat *charitable contributions* untuk memperbaiki masalah tersebut. Ashforth dan Gibbs; dan Dowling dan Pfeffer (dalam Saraswati dan Faisal, 2014) mengemukakan bahwa perusahaan melakukan *corporate charitable contributions* untuk memberikan *image* positif dalam upaya mengurangi kinerja sosial yang

buruk. Menurut Sanchez (dalam Saraswati dan Faisal, 2014) berpendapat bahwa alasan penting perusahaan melakukan *corporate charitable contributions* adalah untuk membangun citra *good corporate citizenship* dengan *stakeholder*. Jadi, walaupun hanya sebagai pilihan, *corporate charitable contributions* sangat dianjurkan sebagai sarana penunjang dan meningkatkan hasil dan prospek keuangan di masa depan (O'Neill *et. al.* dan Carroll, dalam Iatridis, 2015).

Penelitian sebelumnya mengenai *corporate charitable contributions* terkonsentrasi pada hubungan antara *corporate charitable contributions* dengan pajak (Boatsman and Gupta, dalam Iatridis, 2015), pendapatan perusahaan (Galaskiewicz, dalam Iatridis, 2015), insentif pemerintah dan kondisi pasar (Seifert *et. al.*, dalam Iatridis, 2015), namun masih sangat sedikit penelitian yang menghubungkan secara khusus *corporate charitable contributions* dengan manajemen laba. Oleh karena itu, peneliti mencoba untuk mencari pengaruh *corporate charitable contributions* terhadap manajemen laba.

Penelitian ini mencoba untuk memperkaya dan memperdalam pengetahuan mengenai manajemen laba dan *corporate charitable contributions*. Minimnya penelitian mengenai pengaruh *corporate charitable contributions* terhadap manajemen laba melandasi peneliti untuk melakukan penelitian ini. Beberapa penelitian sebelumnya yang menjadi acuan peneliti melakukan penelitian antara lain penelitian yang dilakukan oleh Gargouri, Francoeur, dan Shabou (2010) mengenai pengaruh *corporate social performance* terhadap manajemen laba dan oleh Iatridis (2015) mengenai pengaruh *corporate charitable contributions* terhadap manajemen laba dan *value relevance*.

Perbedaan yang coba disajikan dalam penelitian ini dibandingkan dengan penelitian terdahulu tersebut adalah mencari pengaruh *corporate charitable contributions* terhadap manajemen laba dengan latar penelitian di Indonesia. Pada penelitian terdahulu tersebut, data yang digunakan adalah data-data perusahaan pada jenis industri tertentu, sedangkan pada penelitian ini, peneliti menggunakan data perusahaan pada seluruh jenis industri yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Dalam mengukur manajemen laba, peneliti menggunakan *real activity management* dalam mengungkapkan aktivitas manajemen laba di dalam perusahaan, bukan menggunakan pengukuran *modified Jones* yang sering digunakan pada penelitian-penelitian mengenai manajemen laba. Hal ini dilakukan untuk membuktikan bahwa manajemen laba tidak hanya dilakukan pada sisi akrual, namun juga melalui aktivitas riil perusahaan.

Penelitian ini menyertakan *return on asset*, *leverage*, dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol guna mencegah faktor-faktor lain diluar penelitian mempengaruhi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, *corporate charitable contributions* merupakan hal yang menarik untuk diteliti. Berbagai implikasi dari dikeluarkannya dana tersebut sangat diharapkan membawa sesuatu yang baik bagi perusahaan, seperti memberikan *image* positif dalam upaya mengurangi kinerja sosial yang buruk (Ashforth dan Gibbs; Dowling dan Pfeffer,

dalam Saraswati dan Faisal, 2014), membangun citra *good corporate citizenship* dengan *stakeholder* (Sanchez, dalam Saraswati dan Faisal, 2014).

Namun, Chen *et al.* (dalam Saraswati dan Faisal, 2014) mengkhawatirkan jika tanggung jawab sosial dijadikan kedok untuk menutupi pelanggaran yang dilakukan perusahaan, misalnya penggelapan pajak, kerusakan lingkungan sekitar, tindakan penyuapan, dan kecurangan pada rekayasa laporan keuangan seperti manajemen laba. Seperti yang telah diketahui, manajemen laba dapat menyesatkan pengguna laporan keuangan dalam mengambil keputusan. Berdasarkan uraian tersebut, pertanyaan penelitian yang coba diangkat untuk diteliti adalah:

Apakah terdapat pengaruh antara *corporate charitable contributions* dengan manajemen laba?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menemukan bukti empiris dan menganalisis pengaruh *corporate charitable contributions* terhadap manajemen laba;
2. Menemukan bukti empiris dan menganalisis pengaruh *return on asset* (ROA), *leverage*, dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol terhadap manajemen laba.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat-manfaat, antara lain:

1. Menjadi tambahan wawasan bagi penulis untuk memahami pengaruh *corporate charitable contributions* terhadap manajemen laba;
2. Memberikan sumbangan pemikiran untuk perusahaan berupa bahan pertimbangan untuk pembuatan kebijakan mengenai CSR dan *corporate charitable contributions* dalam operasional perusahaan dan pengungkapannya dalam laporan perusahaan agar terhindar dari tindakan manajemen laba;
3. Menjadi bahan referensi bagi para akademisi untuk melakukan penelitian yang sejenis dengan penelitian ini.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Dalam rangka memberikan kemudahan bagi pembaca dalam memahami gambaran keseluruhan karya tulis, skripsi ini dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan fakta, berita, permasalahan, maupun pertentangan teori yang mendasari penelitian. Pendahuluan terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan landasan teori dan pemikiran terdahulu yang mendasari penelitian. Selain itu diuraikan pula hasil penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi dasar kerangka pikir teoritis dan hipotesis yang dibangun.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan tentang variabel penelitian dan definisi operasionalnya, metode dalam menentukan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi penjelasan setelah penelitian dilakukan, yang mencakup deskripsi objek penelitian, analisis data beserta interpretasi hasilnya.

BAB 5 PENUTUP

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang menjadi acuan penelitian serta konsep dari *corporate charitable contributions* dan manajemen laba. Selanjutnya akan dijelaskan penelitian-penelitian sejenis yang telah dilakukan peneliti sebelumnya, kerangka pemikiran dari penelitian ini, serta pengembangan hipotesis untuk penelitian ini.

2.1 LANDASAN TEORI

2.1.1 Teori Keagenan (Agency Theory)

Menurut Jensen dan Meckling (dalam Awalia dan Daljono, 2014) Teori keagenan atau *agency theory* menjelaskan hubungan antara *principal* dan *agent* dalam suatu proses kontrak. Hubungan kontrak tersebut berupa pendelegasian wewenang dari *principal* sebagai pemilik perusahaan kepada *agent* sebagai pengelola sekaligus pelaksana perusahaan. Keinginan *principal* untuk bisa memperoleh keuntungan tidak selalu sejalan dengan kinerja yang dihasilkan *agent*. Terkadang, *agent* harus menentukan keputusan yang sulit sehingga membuat keuntungan perusahaan menurun. Alasan tersebut bisa membuat *agent* kehilangan kesempatan untuk mendapatkan hak pribadinya berupa kompensasi. Perbedaan kepentingan inilah yang disebut sebagai konflik agensi, yaitu ketika terjadi benturan kepentingan antara *principal* dan *agent* (Awalia dan Daljono, 2014).

Eisenhardt (dalam Arief dan Ardiyanto, 2014) menyatakan bahwa teori keagenan menggunakan tiga asumsi sifat manusia yaitu:

1. Manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*);
2. Manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationally*) dan;
3. Manusia selalu menghindari resiko (*risk averse*).

Berdasarkan sifat manusia tersebut, dapat kita lihat bahwa seorang manajer sebagai manusia juga dapat melakukan tindakan yang mengutamakan kepentingan pribadinya serta akan melakukan hal-hal untuk menghindari resiko-resiko yang akan dihadapi.

Menurut Salno dan Baridwan (dalam Arief dan Ardiyanto, 2014) konsep manajemen laba menggunakan pendekatan teori keagenan yang menyatakan bahwa praktik *earnings management* dipengaruhi oleh konflik antara kepentingan manajemen (*agent*) dan pemilik (*principal*) yang timbul karena setiap pihak berusaha untuk mencapai atau mempertimbangkan tingkat kemakmuran yang dikehendakinya.

Menurut Awalia dan Daljono (2014), Konflik kepentingan yang terjadi antara pemilik dan pengelola perusahaan dapat menyebabkan munculnya asimetri informasi. Manajemen sebagai pengelola perusahaan mengetahui lebih banyak dan dapat mengakses lebih mudah informasi perusahaan. Akibatnya *agent* memiliki kesempatan untuk memanipulasi angka-angka dan informasi tentang

kinerja perusahaan. Pada akhirnya *agent* tidak mengungkapkan informasi yang sebenarnya tentang kondisi perusahaan kepada *principal*, terutama jika informasi tersebut menjadi salah satu indikator untuk mengukur kinerja *agent*.

Teori keagenan menunjukkan bahwa *corporate charitable contributions* menjadi hal penting ketika menyajikan tujuan manajerial, seperti untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham atau kompensasi manajer (Iatridis, 2015). Teori keagenan berpendapat bahwa asimetri informasi dapat memotivasi manajer untuk membuat keputusan melakukan manajemen laba yang memperkuat kekayaan pribadi mereka bahkan dengan mengorbankan kepentingan pemegang saham (Jensen dan Meckling; Healy dan Palepu; dalam Iatridis, 2015). Haley (dalam Iatridis, 2015) berpendapat bahwa *corporate charitable contributions* dapat dianggap sebagai kesempatan untuk manajer melakukan oportunisme manajerial lebih lanjut.

2.1.2 Konsep Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu sikap yang ditunjukkan perusahaan atas komitmennya terhadap para pemangku kepentingan perusahaan atau stakeholders dalam mempertanggungjawabkan dampak dari operasi atau aktivitas yang dilakukan perusahaan tersebut baik dalam aspek sosial, ekonomi, maupun lingkungan, serta menjaga agar dampak tersebut memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungannya (Arief dan Ardiyanto, 2014).

Menurut UK Government (dalam Lanis dan Richardson, 2012), tanggung jawab sosial perusahaan dapat didefinisikan sebagai cara sebuah perusahaan manage hubungan sosial dan lingkungannya dengan memaksimalkan manfaat dan meminimalkan resiko. Sedangkan menurut Sankat (dalam Isyanto dan Ratnaningsih, 2014) tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas.

Menurut Nuryana dalam Suharto (dalam Arief dan Ardiyanto, 2014) tanggung jawab sosial perusahaan merupakan sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan (stakeholders) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Brilliant (dalam Arief dan Ardiyanto, 2014) menyatakan bahwa terdapat beberapa nama lain yang memiliki kemiripan atau bahkan sering diidentikkan dengan tanggung jawab sosial perusahaan, antara lain:

1. Pemberian/Amal Perusahaan (*Corporate Giving/Charity*);
2. Kedermawanan Perusahaan (*Corporate philanthropy*);
3. Relasi Kemasyarakatan Perusahaan (*Corporate Community/Public Relations*);
4. Pengembangan Masyarakat (*Community Development*).

Keempat nama tersebut dapat pula dilihat sebagai dimensi atau pendekatan tanggung jawab sosial dalam konteks Investasi Sosial Perusahaan (*Corporate Social Investment/Investing*).

Terdapat beberapa konsep piramida yang dikembangkan oleh Carroll (dalam Arief dan Ardiyanto, 2014). Konsep piramida ini memberikan pertimbangan teoritis dan logis mengapa sebuah perusahaan perlu menerapkan CSR bagi masyarakat di sekitarnya, yaitu:

1. Tanggung jawab ekonomis

Tujuan utama perusahaan melakukan suatu bisnis adalah untuk menghasilkan laba (*make a profit*). Laba ini menjadi fondasi berdirinya perusahaan. Untuk itu, perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup (*survive*) dan berkembang.

2. Tanggung jawab legal

Perusahaan yang berdiri di suatu negara harus mentaati hukum yang berlaku di negara tersebut (*obey the law*). Meskipun tujuan utama perusahaan mencari laba, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah ditetapkan pemerintah setempat.

3. Tanggung jawab etis

Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya tetap harus memperhatikan etika yang baik, benar, adil, dan wajar (*be ethical*). Norma-norma yang berlaku di masyarakat perlu menjadi rujukan bagi perilaku organisasi perusahaan.

4. Tanggung jawab filantropis/diskresioner

Selain perusahaan harus memperoleh laba, taat hukum dan berperilaku etis, perusahaan dituntut agar dapat memberi kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan semua (*be a good citizen*). Para pemilik dan pegawai yang bekerja di perusahaan memiliki tanggung jawab ganda, yakni kepada perusahaan dan kepada publik yang kini dikenal dengan istilah *non-fiduciary responsibility*.

Keempat tanggung jawab ini adalah harapan yang diberikan oleh perusahaan kepada stakeholder dan masyarakat secara keseluruhan (Carroll dan Shabana, dalam Saraswati dan Faisal, 2014). Mereka berpendapat bahwa tanggung jawab ekonomi dan hukum (*economic and legal responsibilities*) adalah tanggung jawab yang diperlukan masyarakat. Tanggung jawab etis (*ethical responsibilities*) adalah tanggung jawab yang diharapkan masyarakat. Serta tanggung jawab diskresioner/ filantropi (*discretionary/ philanthropy responsibilities*) adalah tanggung jawab yang diinginkan masyarakat.

Menurut Daniri (dalam Purwanto, 2011), terdapat dua hal yang dapat mendorong perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu bersifat dari luar perusahaan (*external drivers*) dan dalam perusahaan (*internal drivers*). Termasuk kategori pendorong dari luar, misalnya adanya regulasi, hukum, dan diwajibkannya analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL). Pendorong dari dalam perusahaan terutama bersumber dari perilaku manajemen dan pemilik perusahaan (*stakeholder*), termasuk tingkat kepedulian atau tanggung

jawab perusahaan untuk membangun masyarakat sekitar (*community development responsibility*).

Selanjutnya, Wibisono (dalam Purwanto, 2011) menyatakan terdapat tiga cara pandang perusahaan terhadap pelaksanaan CSR yaitu:

1. Perusahaan melaksanakan CSR sekedar basabasi dan adanya unsur keterpaksaan untuk melaksanakan CSR (*external drivers*). Aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk membangun *image* positif dan meningkatkan simpati masyarakat terhadap perusahaan sehingga CSR yang dilakukan hanya bersifat jangka pendek dan tidak mendorong pada peningkatan kehidupan masyarakat dalam jangka panjang;
2. Perusahaan melaksanakan CSR dalam rangka memenuhi kewajiban yaitu tanggung jawab sosial yang dilaksanakan perusahaan lebih didasarkan kepada adanya anjuran regulasi yang harus dipatuhi (*external drivers*), seperti UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan lain-lain. Hal ini dilakukan perusahaan agar dapat diterima oleh lingkungan dan/atau komunitas sekitar perusahaan;
3. Perusahaan melaksanakan CSR sebagai bagian dari aktivitas perusahaan yang berarti bahwa CSR tumbuh secara internal (*internal drivers*). Sehingga aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan merupakan suatu kebutuhan untuk mendukung keberlanjutan perusahaan dan sebagai investasi dalam jangka panjang yang dapat mendukung keunggulan perusahaan.

Dengan perusahaan menerapkan dan melaksanakan CSR, terdapat beberapa manfaat yang dapat diperoleh. Menurut Untung (dalam Purwanto, 2011), manfaat tersebut antara lain:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merk perusahaan;
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial;
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan;
4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha;
5. Membuka peluang pasar yang lebih luas;
6. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah;
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders* dan regulator;
8. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, dan;
9. Adanya peluang untuk memperoleh penghargaan.

2.1.3 Corporate Charitable Contributions

Praktek *corporate charitable contributions* yang dilakukan perusahaan menjadi semakin umum di kalangan bisnis (Godfrey dan Hatch, dalam Saraswati dan Faisal, 2014). Menurut Blagov dan Petrova-Savchenko (dalam Saraswati dan Faisal, 2014) *corporate charitable contributions* adalah kegiatan sukarela oleh warga negara dan badan hukum yang melibatkan transfer ke individu atau badan hukum seperti sumber daya moneter, pemenuhan lapangan kerja, penyediaan jasa, pembiayaan, serta dukungan lain.

Sedangkan menurut Ahmad (dalam Saraswati dan Faisal, 2014) *corporate charitable contributions* merupakan pemberian sukarela berupa uang atau sumber

daya lainnya termasuk kontribusi peralatan, perlengkapan atau properti lainnya, atau kesukarelaan karyawan oleh perusahaan untuk tujuan masyarakat. Dengan pengetahuan mengenai pendidikan dan pelatihan, kesehatan dan keselamatan, seni dan budaya, olahraga dan rekreasi, pelayanan masyarakat dan kesejahteraan, serta lingkungan, perusahaan menyediakan sumber daya untuk membangun masyarakat yang lebih baik.

Corporate charitable contributions merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan. Porter dan Kramer (dalam Saraswati dan Faisal, 2014) berpendapat bahwa perusahaan yang menggunakan *Corporate charitable contributions* dan kegiatan CSR yang lain, bertujuan untuk memudahkan adaptasi dengan lingkungan eksternal yang kompetitif dan menciptakan keunggulan yang kompetitif. Lingkungan eksternal yang kompetitif berasal dari hubungan antara perusahaan dan *stakeholder*. Godfrey (dalam Saraswati dan Faisal, 2014) menyatakan bahwa *Corporate charitable contributions* dapat meningkatkan *image* perusahaan dan evaluasi *stakeholder*, sehingga mengurangi risiko operasional.

Zhang et al. (dalam Saraswati dan Faisal, 2014) menyatakan bahwa *Corporate charitable contributions* menghasilkan *image* positif di kalangan masyarakat dan *stakeholder*. Mereka menyarankan untuk mengurangi penilaian negatif *stakeholder* dan mengurangi risiko bisnis. Lebih lanjut, Dean (dalam Saraswati dan Faisal, 2014) menunjukkan bahwa *corporate charitable contributions* dapat membantu perusahaan untuk membangun hubungan yang baik dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Tindakan *corporate charitable*

contributions juga membantu menyeimbangkan hubungan perusahaan dengan *stakeholder*.

Chen et al. (dalam Saraswati dan Faisal, 2014) menyatakan bahwa *corporate charitable contributions* ada sebagai cara untuk perusahaan memperbaiki legitimasi. *Corporate charitable contributions* dilakukan perusahaan dalam bentuk *cash gifts* (termasuk pemberian langsung dan donasi sponsor perusahaan), *giving in-kind* (peralatan dan produk), *donated staff time*, dan *expenditure of managerial costs* (Brammer dan Pavelin, dalam Saraswati dan Faisal, 2014).

Penelitian sebelumnya menunjukkan beberapa alasan manajer memberikan *corporate charitable contributions*. Galaskiewicz (dalam Saraswati dan Faisal, 2014) menyatakan bahwa perusahaan memiliki kewajiban moral terhadap masyarakat dimanapun perusahaan beroperasi. Alasan-alasan yang menyatakan *charity* sebagai keputusan bisnis yang rasional, *charity* sebagai motivasi diri manajerial, dan *charity* adalah murni altruistik (Lev et. al., dalam Saraswati dan Faisal, 2014). Clotfelter (dalam Saraswati dan Faisal, 2014) berpendapat bahwa *corporate charitable contributions* dapat meningkatkan nilai pemegang saham. Peningkatan tersebut dilakukan dengan cara meningkatkan penjualan dan meningkatkan semangat kerja serta produktivitas karyawan (Navarro; Greening dan Turban; dalam Saraswati dan Faisal, 2014), atau merangsang inovasi dan memperbaiki hubungan dengan regulator dan stakeholder (Barron, dalam Saraswati dan Faisal, 2014). Balotti dan Hanks (dalam Saraswati dan Faisal, 2014) berpendapat bahwa manajer melakukan *corporate charitable contributions*

untuk memajukan tujuan organisasi dan mendapat pengakuan masyarakat. *Corporate charitable contributions* dapat membantu manajer mencapai status sosial yang lebih tinggi dan meningkatkan reputasi perusahaan di kalangan konsumen (Galaskiewicz, dalam Saraswati dan Faisal, 2014).

2.1.4 Manajemen Laba

Beberapa ahli telah menjelaskan manajemen laba atau *earnings management* dalam beberapa definisi. Menurut Healy dan Wahlen (dalam Gargouri, Francoeur, dan Shabou, 2010) Manajemen laba merupakan cara untuk mempengaruhi hubungan kontrak yang didasarkan pada angka-angka akuntansi dan/atau untuk mengubah laporan keuangan dengan maksud untuk menyesatkan *stakeholder* mengenai kinerja keuangan perusahaan. Menurut Scipper, Fizher, dan Rozenweig (dalam Lande, Subekti dan Mardiati, 2014) Manajemen laba merupakan suatu tindakan campur tangan yang sengaja dilakukan oleh manajer dalam proses penyusunan laporan keuangan, dengan cara menaikkan atau menurunkan laba tanpa dikaitkan dengan peningkatan atau penurunan profitabilitas ekonomi perusahaan untuk jangka panjang dengan tujuan agar manajer tersebut dapat memperoleh keuntungan dari tindakan yang dilakukan. Menurut Cupertino, Martinez dan da Costa Jr (2015) Manajemen laba merupakan istilah yang digunakan untuk menjelaskan sebuah keputusan yang mungkin diambil oleh manajer untuk menggunakan metode akuntansi atau mengarahkan operasi perusahaan sedemikian rupa untuk memengaruhi laba dengan tujuan mencapai hasil tertentu dalam laporan keuangan. Menurut Bouillon *et. al.* (dalam Luippold *et. al.*, 2014) mendefinisikan secara singkat bahwa manajemen laba

merupakan praktek pelaporan keuangan yang dirancang untuk mencapai hasil keuangan yang diinginkan atau menguntungkan. Menurut Sugiri (dalam Arief dan Ardiyanto, 2014) manajemen laba didefinisikan dalam arti sempit dan luas, yaitu:

1. Definisi sempit

Manajemen laba didefinisikan sebagai sikap atau tindakan manajer untuk mengatur komponen *discretionary accruals* dalam menentukan besar kecilnya laba melalui metode akuntansi.

2. Definisi luas

Manajemen laba merupakan suatu tindakan manajer untuk meningkatkan atau menurunkan laba yang dilaporkan saat ini atas suatu unit yang menjadi tanggung jawabnya tanpa mengakibatkan peningkatan atau penurunan profitabilitas ekonomi jangka panjang tersebut.

Chen (dalam Basundra dan Chariri, 2014) mengartikan manajemen laba sebagai perilaku yang baik, sedangkan Strobl (dalam Basundra dan Chariri, 2014) mengartikan sebagai perilaku yang buruk. Strobl (dalam Basundra dan Chariri, 2014) mendefinisikan manajemen laba sebagai sebuah manipulasi karena tindakan tersebut menghasilkan laporan keuangan yang tidak sesuai realitas ekonomi. Namun sebaliknya, Chen (dalam Basundra dan Chariri, 2014) mendefinisikan manajemen laba sebagai tindakan lazim pada tingkat fleksibilitas tertentu yang diizinkan oleh GAAP.

Chen dan Tsai (dalam Hamid, Hashim, dan Salleh, 2012) menyebutkan bahwa manajemen laba terjadi karena adanya 3 motivasi, yaitu:

1. Motivasi altruistik

Motivasi altruistik menyangkut kepentingan orang lain. Hal ini terjadi ketika manajer terlibat dalam kegiatan manajemen laba untuk kebaikan perusahaan. Motivasi untuk memanipulasi informasi pada laba kemungkinan besar didorong oleh niat meningkatkan kepercayaan *stakeholders*, mengubah pajak penghasilan, dan untuk menghindari pelanggaran perjanjian dalam kontrak utang.

2. Motivasi spekulatif

Bertolak belakang dengan motivasi altruistik, motivasi spekulatif terjadi ketika manajer melakukan manajemen laba karena ingin mendapatkan keuntungan pribadi atau target pribadi tertentu. Manajer biasanya menggunakan manipulasi produksi atau kontribusi untuk mencapai motif ini. Target laba adalah tujuan keuangan yang ditetapkan dalam perusahaan. Target ini akan mendorong manajer untuk meningkatkan upaya penjualan, biaya kontrol dan menggunakan sumber daya yang lebih efisien. Akibatnya, situasi ini akan menyebabkan manajer untuk terlibat dalam manajemen laba dalam rangka memenuhi target tersebut.

3. Tekanan pihak berkepentingan

Ketika motivasi spekulasi berkaitan dengan target pribadi manajer, terdapat motivasi yang berasal dari eksternal, yaitu tekanan dari pihak berkepentingan. Normalnya, pemegang saham, direksi, dan analis mencoba untuk membuat keputusan atau kebijakan guna mencapai tujuan perusahaan. Situasi inilah yang dapat mendorong terjadinya manajemen laba. Menurut Matsumoto (dalam Hamid, Hashim dan Salleh, 2012) perusahaan akan memilih untuk melakukan manajemen laba guna menciptakan laporan keuangan yang diinginkan oleh *stakeholders*.

Berbeda dengan Chen dan Tsai, Habbash dan Alghamdi (2015) berpendapat bahwa terdapat 5 motivasi yang mendorong perusahaan melakukan manajemen laba yaitu:

1. Motivasi pasar modal (*capital market motivation*)

Salah satu kegunaan laporan keuangan adalah untuk memengaruhi harga saham perusahaan di pasar modal sehingga dapat digunakan menjadi alasan untuk melakukan manajemen laba pada laporan keuangan. Menurut Kamel dan Elbanna (dalam Habbash dan Alghamdi, 2015) dalam penelitiannya menemukan bahwa manajemen melakukan manajemen laba untuk melaporkan laba yang bagus dan tidak melaporkan kerugian guna mencetak nilai saham yang tinggi;

2. Motivasi kontrak kompensasi manajemen (*Management compensation contract*)

Manajer termotivasi untuk menggunakan manajemen laba untuk meningkatkan kompensasi mereka sendiri atau *bonus plan* yang sering dikaitkan dengan kinerja perusahaan. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Healy (dalam Habbash dan Alghamdi, 2015) yang menemukan bahwa manajemen melakukan manajemen laba untuk meningkatkan kompensasi kinerja manajemen;

3. Motivasi kontrak peminjaman (*lending contract motivation*)

Angka akuntansi yang baik (di mata kreditor) pada laporan keuangan akan menjamin perusahaan segera mendapatkan pinjaman dana dari kreditor. Hal tersebut memotivasi manajemen untuk melakukan manajemen laba atau *earnings management*. Penelitian yang dilakukan oleh Perez dan Hemmen (dalam Habbash dan Alghamdi, 2015) menemukan bahwa peningkatan jumlah utang yang diberikan kreditor menjadi motivasi melakukan manajemen laba atau *earnings management*;

4. Motivasi peraturan (*Regulatory motivation*)

Perusahaan yang terdaftar biasanya dimonitor untuk memenuhi peraturan, dan pada saat yang sama dikenakan sejumlah peraturan terkait dengan angka akuntansi dan rasio. Hal ini menciptakan tekanan bagi manajer untuk memanipulasi laba untuk menunjukkan kepatuhan mereka

terhadap peraturan. Haw *et. al.* (dalam Habbash dan Alghamdi, 2015) menyelidiki peningkatan pendapatan di China dalam menanggapi peraturan pemerintah yang menuntut minimal mencetak 10% return on equity (ROE) bagi perusahaan yang ingin menawarkan saham atau obligasi. Penelitian tersebut menemukan indikasi kuat terjadi manajemen laba menanggapi tuntutan pemerintah China tersebut;

5. Motivasi biaya politik (*Political cost Motivation*)

Perusahaan juga melakukan manajemen laba atau *earnings management* untuk menunjukkan keuntungan yang kecil untuk mengurangi risiko politik. Sebagai contoh, pada penelitian Hang dan Wang (dalam Habbash dan Alghamdi, 2015) meneliti perusahaan minyak yang termotivasi untuk melaporkan keuntungan yang kecil pada kuartar III dan IV setelah serangan Irak terhadap Kuwait untuk mengurangi biaya politik yang dihasilkan oleh potensi tindakan politik yang merugikan seperti peraturan dan *antitrust* oleh pemerintah.

Lin dan Shen (2015) juga memperkaya literatur mengenai motivasi manajemen melakukan manajemen laba dengan berpendapat bahwa manajemen melakukan manajemen laba karena motivasi rating kredit. Rating kredit yang baik menunjukkan stabilitas dalam investasi. Manajemen melakukan manajemen laba guna meningkatkan rating kredit sehingga dapat menarik investor dan memperoleh dana.

Berdasarkan penelitian dari Gunny (2009) Teknik manajemen laba dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Manajemen akrual

Menurut Dechow dan Skinner (dalam Gunny, 2009) manajemen akrual melibatkan pemilihan standar akuntansi yang mencoba untuk menutupi kinerja keuangan sesungguhnya. Manajemen akrual tidak dilakukan dengan mengubah kegiatan operasi yang mendasari perusahaan, tetapi melalui pilihan metode akuntansi yang digunakan untuk mewakili kegiatan tersebut.

2. Manajemen aktivitas riil

Manajemen aktivitas riil terjadi ketika manajer melakukan tindakan yang mengubah operasi, investasi, dan / atau transaksi pembiayaan operasi dalam upaya untuk mempengaruhi output dari sistem akuntansi. Manajemen aktivitas riil melibatkan perubahan operasi yang mendasari perusahaan dalam upaya untuk meningkatkan pendapatan periode berjalan.

Ada 3 indikasi terjadinya manajemen laba aktivitas riil dalam penelitian Roychowdhury (2006) yaitu:

1. Abnormal levels of operating cash flow

Abnormal operating cash flow adalah usaha manajemen untuk meningkatkan penjualan secara temporer dengan menawarkan diskon

harga atau memperlunak kredit yang diberikan (Roychowdhury, 2006). Cara manajer meningkatkan volume penjualan adalah dengan memberikan penawaran diskon harga pada waktu tertentu. Hal itu akan menyebabkan arus kas masuk menjadi besar, namun arus kas masuk per penjualan, diskon bersih dari tambahan penjualan, lebih rendah dari arus kas per normal penjualan atau terjadi penurunan margin (Roychowdhury, 2006).

Tindakan lain yang dilakukan manajemen untuk meningkatkan volume penjualan adalah menawarkan kredit lunak. Sebagai contoh sebuah perusahaan memberikan penawaran tingkat bunga kredit yang lebih rendah (*zero-percent financing*) pada akhir tahun fiskal. Volume penjualan yang meningkat menyebabkan laba tahun berjalan tinggi namun arus kas menurun karena arus kas masuk kecil akibat penjualan kredit dan diskon harga.

2. *Abnormal production costs*

Abnormal production costs memproduksi barang lebih besar daripada yang dibutuhkan dengan tujuan mencapai permintaan yang diharapkan (Roychowdhury, 2006). Produksi dalam jumlah yang besar menyebabkan biaya *overhead* tetap dibagi terhadap jumlah unit barang produksi yang besar, maka biaya tetap per unit rendah. Rendahnya biaya tetap per unit barang produksi mengakibatkan laba per unit meningkat dan harga pokok penjualan menurun. Penurunan

harga pokok penjualan ini akan berdampak pada peningkatan margin operasi. Di sisi lain dampak dari penurunan harga pokok per unit barang yang diproduksi besar-besaran adalah arus kas kegiatan operasi lebih rendah daripada tingkat penjualan normal. Perusahaan melakukan produksi yang besar bertujuan untuk meningkatkan laba.

3. *Abnormal discretionary expenses*

Biaya diskresioner seperti biaya iklan, biaya penelitian dan pengembangan, dan biaya penjualan, umum, dan administrasi seperti biaya pelatihan karyawan dan biaya perbaikan dan perjalanan. Perusahaan sering melakukan pengurangan terhadap biaya-biaya ini pada akhir periode yang menyebabkan laba meningkat dan biaya yang dilaporkan menurun. Pengurangan biaya diskresioner akan memperkecil arus kas keluar dan memiliki dampak positif terhadap arus kas kegiatan operasi abnormal pada periode sekarang, namun akan menimbulkan risiko rendahnya arus kas di masa yang akan datang.

Pola manajemen laba yang sering dilakukan manajer dalam melakukan manajemen laba menurut Scott (dalam Arief dan Ardiyanto, 2014) adalah:

1. Tindakan kepalang basah (*Taking a bath*)

Bila perusahaan harus melaporkan laba yang tinggi, manajer akan diminta untuk melaporkan laba yang tinggi pula. Konsekuensinya manajer akan menghapus aset dengan harapan laba yang akan datang

dapat meningkat. Bentuk ini mengakui adanya biaya pada periode yang akan datang sebagai kerugian pada periode berjalan, ketika kondisi buruk yang tidak menguntungkan tidak dapat dihindari pada periode tersebut. Untuk itu manajemen harus menghapus beberapa aset dan membebaskan perkiraan biaya yang akan datang pada saat ini serta melakukan *clear the desk*, sehingga laba yang dilaporkan di periode yang akan datang dapat meningkat.

2. Menurunkan laba (*Income minimization*)

Income minimization dilakukan sebagai alasan politis pada periode laba yang tinggi dengan mempercepat penghapusan aset tetap dan aset tak berwujud dan mengakui pengeluaran-pengeluaran sebagai biaya. Pada saat profitabilitas perusahaan sangat tinggi dengan maksud agar tidak mendapat perhatian secara politis, kebijakan yang diambil dapat berupa penghapusan atas barang modal dan aset tak berwujud, biaya iklan dan pengeluaran untuk penelitian dan pengembangan, hasil akuntansi untuk biaya eksplorasi.

3. Menaikkan laba (*Income maximization*)

Tindakan ini bertujuan untuk melaporkan *net income* yang tinggi untuk tujuan bonus yang lebih besar. Perencanaan bonus yang didasarkan pada data akuntansi mendorong manajer untuk memanipulasi data akuntansi tersebut guna menaikkan laba untuk meningkatkan pembayaran bonus tahunan. Jadi tindakan ini dilakukan pada saat laba

menurun. Perusahaan yang melakukan pelanggaran perjanjian hutang mungkin akan memaksimalkan pendapatan.

4. Perataan laba (*Income smoothing*)

Income smoothing dilakukan dengan meratakan laba yang dilaporkan untuk tujuan pelaporan eksternal, terutama bagi investor karena pada umumnya investor lebih menyukai laba yang relatif stabil.

2.2 PENELITIAN TERDAHULU

Selain mengacu pada teori-teori yang diperoleh dari literatur-literatur, penelitian ini juga dikembangkan melalui penelitian-penelitian terdahulu. Beberapa penelitian mengenai *corporate charitable contributions* dan manajemen laba telah dilakukan oleh beberapa peneliti dan dijadikan sebagai acuan untuk penelitian ini, antara lain:

Gargouri, Francoeur, dan Shabou (2010) meneliti pengaruh kinerja sosial perusahaan dengan manajemen laba. Sampel yang digunakan dalam penelitian tersebut merupakan perusahaan yang terdaftar di MJRA-CSID *database* selama tahun 2004-2005. Gargouri, Francoeur, dan Shabou (2010) menemukan bahwa *overall score of CSP*, dan dimensi kinerja sosial perusahaan mengenai lingkungan dan karyawan secara positif dan signifikan dapat mempengaruhi manajemen laba. Sedangkan dimensi kinerja sosial perusahaan mengenai tata kelola perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Iatridis (2015) meneliti pengaruh tata kelola perusahaan, manajemen laba, dan relevansi nilai terhadap *corporate charitable contributions*. Penelitian ini menguji atribut keuangan dari *corporate charitable contributions* yang berasal dari motif lembaga melakukan *corporate charitable contributions*. Penelitian tersebut menguji relevansi nilai terhadap *corporate charitable contributions* dan tata kelola perusahaan terhadap *corporate charitable contributions*. Selain itu, menyelidiki hubungan antara *corporate charitable contributions* dan manajemen laba. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan, relevansi nilai, dan manajemen laba berpengaruh negatif terhadap *corporate charitable contributions*.

Kim, Park, dan Weir (2012) meneliti pengaruh *corporate social responsibility* dan kualitas laba yang diproksi oleh manajemen laba. Penelitian ini menggunakan data perusahaan yang termasuk dalam *Compustat database*. Variabel yang digunakan adalah *corporate social responsibility* pada variabel independen dan manajemen laba pada variabel dependen dengan proksi *discretionary accrual*, *real activities manipulation*, dan *Accounting and Auditing Enforcement Releases* (AAERs). Hasil penelitian ini adalah terdapat hubungan negatif dan signifikan antara *corporate social responsibility* dengan *discretionary accrual*, *real activities manipulation*, dan *Accounting and Auditing Enforcement Releases* (AAERs). Dari hasil tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan *corporate social responsibility* membuat pelaporan keuangan lebih transparan dan memotivasi pihak manajer untuk bersikap jujur, dapat dipercaya, dan beretika.

Hong dan Andersen (2011) meneliti pengaruh antara *corporate social responsibility* terhadap *accruals quality* dan manajemen laba. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap *accruals quality* dan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Berarti, semakin berkontribusinya perusahaan terhadap *corporate social responsibility*, semakin baik tingkat *accruals quality* perusahaan dan semakin rendah tingkat terjadinya manajemen laba di dalam perusahaan.

Mutakkin, Khan, dan Azim (2015) meneliti pengaruh pengungkapan CSR terhadap kualitas laba yang diproksi oleh manajemen laba pada negara berkembang. Negara berkembang yang dijadikan latar penelitian adalah Bangladesh. Hasil penelitian yang dilakukan menghasilkan bukti bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengungkapan CSR terhadap manajemen laba. Semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR meningkatkan tingkat kemungkinan terjadinya manajemen laba pada perusahaan di negara berkembang.

Salewski dan Zulch (2014) meneliti pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kualitas laba yang diproksi oleh manajemen laba pada perusahaan yang sudah menerapkan IFRS di benua Eropa. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Semakin tinggi tingkat investasi dan pelaporan *corporate social responsibility* akan meningkatkan kemungkinan terjadinya manajemen laba dan akan menurunkan kualitas dari laba perusahaan.

Fan dan O'Dwyer (2013) meneliti pengaruh *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak signifikan terhadap manajemen laba. Artinya, peningkatan tingkat *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan tidak akan berpengaruh terhadap kemungkinan terjadinya manajemen laba pada perusahaan.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

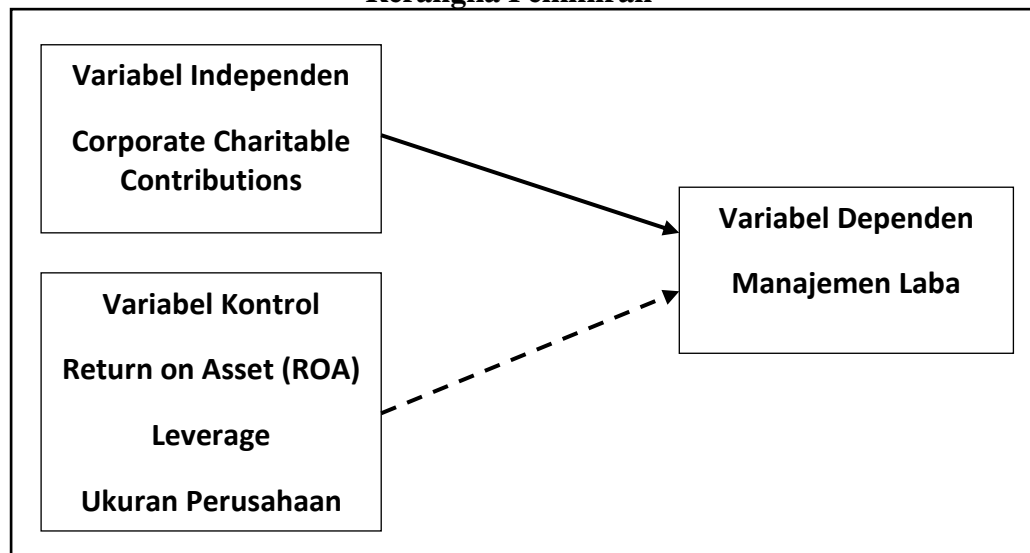
No.	Judul Penelitian – Peneliti	Variabel	Hasil
1.	The Relationship Between Corporate Social Performance and Earnings Management – Gargouri, Francoeur, & Shabou (2010)	Dependen : <i>Earnings Management</i> Independen : <i>Overall Score of CSP, Corporate governance dimension, environmental dimension, & employee dimension</i>	<i>Overall Score of CSP, Environmental dimension, & employee dimension</i> berpengaruh positif terhadap <i>earnings management</i> , sedangkan <i>corporate governance dimension</i> berpengaruh negatif terhadap <i>earnings management</i> .
2.	Corporate Philanthropy in the US Stock Market: Evidence on Corporate Governance, Value Relevance and Earnings Manipulation – Iatridis (2015)	Dependen : <i>corporate charitable contributions</i> Independen : Tata kelola perusahaan, Relevansi nilai, dan Manajemen laba	Terdapat pengaruh negative antara Tata kelola perusahaan, Relevansi nilai, dan Manajemen laba terhadap <i>corporate charitable contributions</i> .
3.	Is earnings quality associated with corporate social responsibility – Kim, Park, dan Wier (2012)	Dependen : <i>Earnings Management</i> Independen : <i>Corporate social responsibility</i>	Terdapat pengaruh negatif antara <i>corporate social responsibility</i> dengan <i>earnings management</i> .

4.	The Relationship Between Corporate Social Responsibility and Earnings Management: An Exploratory Study – Hong dan Andersen (2011)	Dependen : <i>Earnings Management, Accruals Quality</i> Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh negatif terhadap <i>earnings management</i> ; <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>accruals quality</i> .
5.	Corporate social responsibility disclosures and earnings quality: Are they a reflection of manager's opportunistic behavior? – Mutakkin, Khan, dan Azim (2015)	Dependen: Kualitas laba Independen: Pengungkapan CSR	Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba
6.	The Association between Corporate Social Responsibility and Earnings Quality (Evidence from European Blue Chips) – Salewski dan Zulch (2014)	Dependen: Kualitas Laba Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba
7.	The Interaction between Corporate Social Responsibility and Earnings Management – Fan dan O'Dwyer (2013)	Dependen: Manajemen Laba Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Corporate social responsibility</i> tidak signifikan terhadap manajemen laba

2.3 RERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, rerangka pemikiran penelitian ini dibuat untuk menganalisis pengaruh variabel independen yaitu *corporate charitable contributions* terhadap variabel dependen yaitu manajemen laba. Penelitian ini juga menggunakan variabel control berupa *return on asset* (ROA), *leverage*, dan ukuran perusahaan. Model penelitian yang diajukan dalam gambar berikut ini merupakan rerangka konseptual dan alur pemikiran dalam menguji hipotesis.

Gambar 2.1
Rerangka Pemikiran



2.4 PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.4.1 Pengaruh Corporate Charitable Contributions terhadap Manajemen Laba

Perkembangan dunia bisnis saat ini dihadapkan pada kesadaran perusahaan terhadap keberlangsungan hidup lingkungan sekitarnya. Perusahaan akan memberikan dampak, baik langsung maupun tidak langsung terhadap lingkungannya. Oleh karena itu, perusahaan wajib untuk berkontribusi nyata bagi lingkungan sekitar. Di Indonesia, hal ini sudah diperkuat oleh terbitnya UU No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas yang mengatur tentang kewajiban perusahaan melakukan *corporate social responsibility*. Namun, beberapa penelitian membuktikan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan sosial cenderung untuk melakukan kegiatan manajemen laba.

Menurut Healy dan Wahlen (dalam Gargouri, Francoeur, dan Shabou, 2010) Manajemen laba merupakan cara untuk mempengaruhi hubungan kontrak yang didasarkan pada angka-angka akuntansi dan/atau untuk mengubah laporan keuangan dengan maksud untuk menyesatkan *stakeholder* mengenai kinerja keuangan perusahaan. Menurut teori agensi dimana manajemen laba terjadi karena terdapat konflik kepentingan antara pemilik perusahaan atau *principal* dengan manajemen atau *agent* yang timbul karena setiap pihak berusaha untuk mencapai atau mempertimbangkan tingkat kemakmuran yang dikehendaknya (Salno dan Baridwan, dalam Arief dan Ardiyanto, 2014).

Iatridis (2015) berpendapat *corporate charitable contributions* dapat dianggap sebagai kesempatan untuk manajer melakukan oportunisme manajerial lebih lanjut. Tentu saja, teori keagenan menunjukkan bahwa manajer dapat bertindak oportunis dan mengabaikan kekayaan pemegang saham dalam peran memaksimalkan pemenuhan kepentingan pribadi. Keterkaitan dengan *corporate charitable contributions* dan kepentingan pribadi manajer dapat dinyatakan dengan mengarahkan *corporate charitable contributions* untuk sesuatu yang dapat meningkatkan prestise mereka atau mendapatkan pengakuan dari masyarakat setempat (Galaskiewicz; Seifert *et al.*, dalam Iatridis, 2015). Namun, kehadiran komisaris dan direksi independen serta kegiatan audit yang dilakukan oleh kantor audit terkemuka akan menekan perilaku tersebut (Iatridis, 2015).

Teori keagenan juga menunjukkan bahwa perusahaan menyumbangkan dana untuk *corporate charitable contributions* menggunakan dana yang sebenarnya dapat digunakan dalam proyek-proyek bernilai tambah positif.

Namun, Jika tidak ada peluang investasi yang bagus, perusahaan harus mengembalikan uang kepada pemilik, yaitu para pemegang saham (Jensen, dalam Iatridis, 2015). Sebagai jalan lain, perusahaan bisa menggunakan dana untuk menambah kas bebas perusahaan (Seifert, *et. al.*, dalam Iatridis, 2015). Artinya, *corporate charitable contributions* cenderung mengalami peningkatan apabila tersedia kelebihan kas pada perusahaan. Hal ini mendukung hipotesis bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan sosial akan lebih transparan dan tidak akan melakukan tindakan manajemen laba (Kim *et. al.* dalam Mutakkin, Khan, dan Azim, 2015).

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka hipotesis yang dirumuskan adalah:

H1: *Corporate charitable contributions* berpengaruh negatif terhadap manajemen laba

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai bagaimana penelitian ini akan dilakukan. Variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini akan dibahas pada bab ketiga ini.

3.1 VARIABEL PENELITIAN DAN DEFINISI OPERASIONAL

VARIABEL

3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen, variabel independen, dan variabel kontrol.

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah manajemen laba.

2. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan variabel independen *corporate charitable contributions*

3. Variabel Kontrol

Variabel kontrol merupakan tipe variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti. Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini adalah *return on asset* (ROA), *leverage*, dan Ukuran Perusahaan (*Size*).

3.1.2 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1
Ringkasan Definisi Operasional Variabel

Variabel	Nama Variabel	Penjelasan	Pengukuran
Dependen	Manajemen Laba	Diukur oleh RAM (<i>Real Activity Management</i>)	$RAM = \varepsilon CFO - \varepsilon PROD + \varepsilon DISEXP$
Independen	<i>Corporate Charitable Contributions</i>	Merupakan pemberian sukarela berupa uang atau sumber daya lainnya termasuk kontribusi peralatan, perlengkapan atau properti lainnya, atau kesukarelaan karyawan oleh perusahaan untuk tujuan masyarakat.	Diukur menggunakan logaritma natural (\ln) dari jumlah rupiah yang diberikan perusahaan untuk kegiatan <i>corporate sosial responsibility</i> .

Kontrol	<i>Return on Asset (ROA)</i>	Mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aset yang digunakan untuk operasi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$
Kontrol	<i>Leverage</i>	Kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansialnya yang dapat diperoleh melalui kreditor apabila perusahaan tersebut dilikuidasi.	$Leverage = \frac{\text{Utang Jangka Panjang}}{\text{Total Aset}}$
Kontrol	Ukuran Perusahaan (<i>Size</i>)	Jumlah kekayaan yang dimiliki perusahaan.	Logaritma natural (\ln) dari total aset tahun 2014.

1. Variabel Manajemen Laba

Manajemen laba merupakan variabel dependen dalam penelitian ini. Menurut Healy dan Wahlen (dalam Gargouri, Francoeur, dan Shabou, 2010) Manajemen laba merupakan cara untuk mempengaruhi hubungan kontrak yang didasarkan pada angka-angka akuntansi dan/atau untuk mengubah laporan keuangan dengan maksud untuk menyesatkan *stakeholder* mengenai kinerja keuangan perusahaan.

Variabel manajemen laba dalam penelitian ini diukur oleh RAM (*Real Activity Management*) dengan model *real activity manipulation* yang dikutip dari penelitian yang dilakukan oleh Roychowdhury (2006) dan Gunny (2009).

Real activity manipulation adalah tindakan manajemen yang menyimpang dari praktik bisnis normal, dilakukan bersamaan dengan tujuan utama untuk mencapai tingkat laba tertentu. Alasan digunakannya model ini menurut Roychowdhury (2006) adalah :

1. Auditor sudah hafal karakteristik dari manajemen akrual dibanding dengan manajemen riil. Auditor kurang memberikan perhatian khusus mengenai penentuan harga dan produksi. Oleh karena itu, auditor mudah mendeteksi terjadi manajemen laba jika menggunakan manajemen akrual;
2. Di akhir tahun disadari bahwa terjadi kekurangan antara pendapatan yang tidak dimanipulasi dengan ambang batas pendapatan yang bisa di manipulasi akrual. Jika itu terjadi, dan pendapatan dilaporkan di bawah ambang batas, kegiatan riil tidak dapat dimanipulasi pada akhir tahun.

Ada 3 indikasi terjadinya manajemen laba dalam penelitian Roychowdhury (2006) yaitu:

1. *Abnormal levels of operating cash flow;*
2. *Abnormal production costs;*
3. *Abnormal discretionary expenses.*

Dalam penelitian ini, Pengukuran *real activity management* (RAM) menggunakan *abnormal operating cash flow*, *abnormal production costs*, dan *abnormal discretionary expense*.

a) Abnormal Operation Cash Flow

Pengukuran level *abnormal operation cash flow* yang dikutip dari penelitian Roychowdhury(2006) diukur dengan menggunakan model sebagai berikut:

$$CFO_t / A_{t-1} = \alpha_0 + \beta_1 (1 / A_{t-1}) + \beta_1 (S_t / A_{t-1}) + \beta_2 (\Delta S_t / A_{t-1}) + \varepsilon$$

CFO = Arus kas dari aktivitas operasi;

A = Total asset;

S = Penjualan;

ΔS = Penjualan tahun t – Penjualan tahun t-1;

ε = *residual/error*.

b) Abnormal Production Costs

Roychowdhury (2003) pada penelitiannya menggunakan biaya produksi abnormal sebagai proxy menghitung *real activity management* (RAM). Biaya produksi (PROD_t) dihitung dengan menjumlahkan beban pokok pendapatan (COGS_t) dengan perubahan jumlah persediaan (ΔINV_t) sehingga dapat ditulis dengan rumus $PROD_t = COGS_t + \Delta INV_t$. Lalu Roychowdhury (2006) mengukur *abnormal production costs* dengan persamaan sebagai berikut:

$$PROD_t / A_{t-1} = \alpha + \beta_1 (1 / A_{t-1}) + \beta_2 (S_t / A_{t-1}) + \beta_3 (\Delta S_t / A_{t-1}) + \beta_4 (\Delta S_{t-1} / A_{t-1}) + \varepsilon$$

PROD = Total biaya produksi

A = Total Aset

S = Penjualan

ΔS = Penjualan tahun t – penjualan tahun t-1

ΔS_{t-1} = Penjualan tahun t-1 – penjualan tahun t-2

ε = *Residual/error*

c) Abnormal Discretionary Expense

Proxy RAM yang ketiga dari penelitian Roychowdhury (2003) adalah dengan mengukur biaya diskresioner abnormal. Biaya diskresioner merupakan penjumlahan dari biaya riset dan pengembangan (*R&D expense*), biaya penjualan (*Selling expense*), biaya umum dan administrasi (*General & administration expense*) dan biaya lain-lain (*Other expense*) yang terdapat di laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Selanjutnya Roychowdhury (2006) mengukur *abnormal discretionary expense* dengan menggunakan model sebagai berikut:

$$\text{DISEXP}_{t/\text{At-1}} = \alpha + \beta_1(1/\text{At-1}) + \beta_2(S_t/\text{At-1}) + \varepsilon$$

DISEXP = Total *discretionary expense*

A = Total Aset

S = Penjualan

ε = *Residual/error*

Nilai RAM adalah nilai residual (ε) dari tiga persamaan diatas. Setelah menemukan nilai residual dari tiga persamaan diatas untuk tiap-tiap perusahaan, maka dapat ditentukan nilai RAM dengan rumus (Kim, Park, dan Wier, 2012):

$$\text{RAM} = \varepsilon \text{ CFO} - \varepsilon \text{ PROD} + \varepsilon \text{ DISEXP}$$

RAM : Tingkat *real activity management* pada suatu perusahaan

$\varepsilon \text{ CFO}$: Residual dari *abnormal operation cash flow*

ε PROD : Residual dari *abnormal production costs*

ε DISEXP : Residual dari *abnormal discretionary expenses*

Kriteria perusahaan yang melakukan manajemen laba dengan metode *real activity management* (RAM) adalah jika nilai residual (ε t) lebih kecil dari nol (Isyanto dan Ratnaningsih, 2014).

2. Variabel Corporate Charitable Contributions

Corporate charitable contributions merupakan variabel independen dalam penelitian ini. Menurut Ahmad (dalam Saraswati dan Faisal, 2014) *corporate charitable contributions* merupakan pemberian sukarela berupa uang atau sumber daya lainnya termasuk kontribusi peralatan, perlengkapan atau properti lainnya, atau kesukarelaan karyawan oleh perusahaan untuk tujuan masyarakat.

Chen *et. al.* (dalam Saraswati dan Faisal, 2014) menerangkan bahwa *corporate charitable contributions* diukur dengan jumlah rupiah yang diberikan perusahaan untuk kegiatan *corporate sosial responsibility*. Besaran *corporate charitable contributions* yang terbagi dalam beberapa kelompok, seperti pendidikan, kesehatan, lingkungan, dan sosial. Jumlah rupiah *corporate charitable contributions* yang diberikan pada masing-masing kelompok tersebut dijumlahkan, sehingga total *corporate charitable contributions* dari perusahaan dapat diketahui. Namun pada penelitian ini *Corporate Charitable Contributions* diukur menggunakan logaritma natural (ln) dari jumlah rupiah yang diberikan perusahaan untuk kegiatan *corporate sosial responsibility*.

Porter dan Kramer (dalam Saraswati dan Faisal, 2014) berpendapat bahwa perusahaan yang menggunakan *Corporate charitable contributions* dan kegiatan CSR yang lain, bertujuan untuk memudahkan beradaptasi dengan lingkungan eksternal yang kompetitif dan menciptakan keunggulan yang kompetitif.

3. Variabel kontrol

a) Return on Asset (ROA)

Definisi *Return on Asset* (ROA) adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk dapat mengukur kemampuan perusahaan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan (Munawir, dalam Utama dan Muid, 2014). *Return on asset* (ROA) dalam penelitian ini digunakan untuk memisahkan dampak etis CSR pada manajemen laba setelah mengontrol akibat potensial dari kinerja keuangan perusahaan (Kim, *et. al.*, dalam Arief dan Ardiyanto, 2014). ROA yang digunakan dalam penelitian ini dihitung dengan cara:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

b) Leverage

Leverage adalah kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansialnya yang dapat diperoleh melalui kreditor jika perusahaan tersebut dilikuidasi (Arief dan Ardiyanto, 2014). *Leverage* digunakan sebagai variabel kontrol karena salah satu alasan dilakukannya manajemen laba karena ingin menghindari klausul-klausul

dalam perjanjian utang (Gargouri, Francoeur, dan Shabou, 2010). *Leverage* dihitung dengan cara:

$$Leverage = \frac{Utang\ jangka\ Panjang}{Total\ Aset}$$

c) Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan diukur menggunakan logaritma natural (ln) dari total asset perusahaan pada tahun 2014. Alasan digunakannya variabel kontrol ukuran perusahaan dikarenakan ada kemungkinan tingkat manajemen laba yang tinggi pada perusahaan berskala besar (Gargouri, Francoeur, dan Shabou, 2010).

3.2 POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi dalam sampel ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014.

3.2.2 Sampel Penelitian

Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Tujuan menggunakan metode *purposive sampling* untuk mendapatkan sampel representatif yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Adapun kriteria sampel yang digunakan yaitu:

1. Perusahaan tersebut terdaftar di BEI pada tahun 2014;
2. Melaporkan jumlah dana yang digunakan untuk kegiatan CSR pada laporan tahunan 2014;

3. Menyediakan data yang digunakan untuk penelitian dengan lengkap pada laporan keuangan;

Kriteria sampling yang ditentukan memiliki beberapa alasan. Kegiatan *corporate sosial responsibility* merupakan sebuah kewajiban yang wajib dilakukan oleh seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berkelanjutan. Oleh karena itu peneliti menggunakan data seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014.

Kewajiban perusahaan dalam melaporkan kegiatan *corporate sosial responsibility* tidak sejalan dengan kewajiban perusahaan dalam melaporkan dana yang digunakan perusahaan untuk kegiatan *corporate sosial responsibility*. Dari seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, beberapa diantaranya tidak melaporkan dana yang digunakan perusahaan untuk kegiatan *corporate sosial responsibility*. Oleh karena itu, peneliti hanya mengambil data perusahaan-perusahaan yang melaporkan dana yang digunakan perusahaan untuk kegiatan *corporate sosial responsibility*.

Peneliti juga mengamati perusahaan-perusahaan yang menyediakan data lengkap yang dibutuhkan peneliti untuk penelitian ini. Peneliti menemukan beberapa perusahaan yang tidak menyediakan data yang dibutuhkan untuk penelitian. Oleh karena itu, peneliti tidak mengikutsertakan perusahaan-perusahaan tersebut kedalam penelitian.

3.3 JENIS DAN SUMBER DATA

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa laporan keuangan dan tahunan perusahaan pada tahun 2014 yang diperoleh dari *website* Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id), ICMD (*Indonesia Capital Market Directory*), dan *website* resmi perusahaan yang diteliti.

Beberapa alasan mengapa peneliti menggunakan data sekunder dalam penelitian ini adalah:

1. Pengungkapan laporan *corporate social responsibility* terutama mengenai jumlah dana yang diberikan perusahaan untuk kegiatan *corporate social responsibility* hanya dipublikasikan dalam laporan tahunan.
2. Penggunaan laporan tahunan dan laporan keuangan yang telah diaudit akuntan publik menandakan data dapat dipercaya dan teruji keabsahan data tersebut.

3.4 METODE PENGUMPULAN DATA

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang memuat informasi mengenai suatu obyek atau kejadian masa lalu yang dikumpulkan, dicatat, dan disusun dalam arsip. Data sekunder dikumpulkan melalui dokumentasi dari data laporan keuangan dan tahunan tahun 2014 milik perusahaan yang menjadi sampel, dengan membuka situs web milik

Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id), dan juga diperoleh dari *website* resmi perusahaan.

3.5 METODE ANALISIS DATA

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan suatu gambaran atau deskripsi mengenai suatu data yang dilihat berdasarkan nilai rata-rata, standar deviasi, nilai maksimum dan nilai minimum (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini, statistik deskriptif menganalisa data-data untuk memberikan suatu gambaran mengenai manajemen laba dan *corporate charitable contributions*.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada 2 cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik Kolmogorov-Smirnov. (Ghozali, 2011). Level signifikan (α) yang ditentukan sebesar 0,05. Apabila nilai $p > \alpha$, artinya maka terdistribusi normal.

2. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat adanya korelasi antar variabel bebas pada model regresi. Model regresi yang baik harusnya tidak terdapat korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2011). Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance value* dan

variance inflation factor (VIF). *Tolerance value* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 .

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. (Ghozali, 2011).

3.5.3 Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas atau independen (metrik) terhadap satu variabel terikat atau dependen (metrik) (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara *corporate charitable contributions* terhadap manajemen laba.

Untuk menguji pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \varepsilon$$

Y = Variabel dependen (Manajemen laba);

α = Konstanta;

B1 = Koefisien regresi;

X1 = Variabel independen (*Corporate charitable contributions*);

ε = *residual error*.

2. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu. Nilai *R Square* (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen (Ghozali, 2011).

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka *R square* (R^2) pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted R square* pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik (Ghozali, 2011).

Dalam kenyataan nilai *adjusted R square* dapat bernilai negatif, walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted R square* negatif, maka dianggap bernilai nol. (Ghozali, 2011).

3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji Statistik t menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2011). Hasil pengujian terhadap t-statistik dengan standar signifikansi (α) 5% adalah jika **sig. < α , maka H_0 diterima**. Ini berarti bahwa ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Namun jika **sig. $\geq \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima**. Ini berarti bahwa tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat.